

## АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ СВОБОДУ

В современной экономической теории не существует единого взгляда относительно понятия экономической свободы. Рассмотрим подробнее этот вопрос в зависимости от направления экономической науки. В модели М. Олсона государство как оседлый бандит способно возлагать издержки на общество (как физических, так и юридических лиц), ограничивать возможности; в том числе и экономические. В рамках концепции транзакционных издержек, предложенной Р. Коузом, государство способно непосредственно устанавливать права собственности. В рамках международной экономики государство в основном рассматривается как объект, который непосредственно регулирует правила торговли страны как на внутреннем так и на внешнем (мировом) рынках. Государство в данном случае может либо обеспечивать свободную конкуренцию, либо напротив не вступать в международную торговлю. В качестве примера можно привести теорию абсолютных преимуществ А. Смита и теорию относительных преимуществ Д. Рикардо. Более того, государство может устанавливать пошлины, квоты или субсидии, а также принуждать своих торговых партнеров к политике применения добровольных ограничений экспорта. Это отражено в моделях международной торговой политики.

Дж. М. Кейнс признавал необходимость государственного контроля экономики. И этот подход был применен на практике, в результате чего экономика США вышла из Великой Депрессии. Основатель теории монетаризма, М. Фридман, напротив, доказывал, что государство не должно вмешиваться в экономику, оно должно поддерживать свободный рынок.

Мы можем видеть, что есть несколько подходов в рамках теории о вмешательстве государства в экономическую жизнь общества, однако в них можно выделить общее: государство в любом случае устанавливает «правила игры», которые повлияют как на степень открытости рынка, так и на создание своего рода барьеров для экономических агентов, которые должны соблюдать правила, предложенные правительством. Таким образом, государство само задает степень экономической свободы. Тогда возникает вопрос: на что следует обращать внимание государству при принятии решения о необходимости проведения той или иной экономической политики? Ответ на этот вопрос мы попытаемся дать в своем исследовании.

Итак, единого мнения по вопросу определения экономической свободы не существует; и сейчас, поэтому рассматриваемую проблему можно с уверенностью назвать актуальной для современной экономической науки. Более того, о показателе экономической свободы можно говорить как о субъективном показателе: да, мы имеем дело с методологией экспертных оценок, которые характеризуют те или иные показатели. Но на основе рас-

смаатриваемых показателей эксперты не строят формулы, а субъективно выдвигают свой вердикт. С другой стороны подобная оценка сейчас является единственным существующим способом оценить экономическую свободу, которую нельзя «пощупать», измерить.

Исследовательский центр The heritage Foundation ежегодно строит рейтинг стран по экономической свободе. Для его построения, а точнее для оценки экономической свободы каждой страны, используют следующую систему. Во-первых, для каждой страны оцениваются следующие 10 показателей по 100 бальной шкале: свобода бизнеса, свобода торговли, налоговая свобода, свобода от правительства, денежная свобода, свобода инвестиций, финансовая свобода, защита прав собственности, свобода от коррупции, свобода трудовых отношений.

Индекс экономической свободы представляет собой среднее арифметическое данных показателей. Однако показатели (или экспертные оценки) являются прямым отражением принимаемых решений государства. Данные решения имеют цель установить тот или иной режим экономической свободы в стране (высокие тарифы препятствуют свободной торговле, множество инстанций для регистрации бизнеса препятствует развитию частного предпринимательства и т. д.). Однако на наш взгляд данные решения принимаются на основе объективной ситуации в стране: темпы роста экономики, безработица, распределение богатства и другие показатели.

Высокий уровень благосостояния обеспечивается, прежде всего, экономическим ростом. Классические экономические школы ставят уровень ВВП в зависимость от наличия трех видов ресурсов: природных, трудовых и финансовых (капитал). Однако на практике выясняется, что большую роль играет экономическая модель, принятая в той или иной стране. Проще говоря, уровень благосостояния, который отражает ВВП на душу населения, зависит от того, насколько экономически свободным является общество (возможно, имеет место и обратная зависимость). Также высокому уровню экономической свободы соответствуют низкие налоги. Более того, считается, что экономическая свобода обеспечивает более высокие темпы роста ВВП. Можем заметить, что в реальности уровень бедности в несвободных странах (37,4 % населения) значительно выше, чем в свободных (15,7 %).

В связи с рассмотренными подходами было выбрано направление поиска исследуемых показателей. Во-первых, это группа сугубо макроэкономических показателей, которые в общем описывают экономическую ситуацию в стране (по сравнению с другими странами): ВВП в различных проявлениях (абсолютный, на душу населения, доля в общемировом, дефлятор), инфляция, уровень безработицы, потребление в различных проявлениях (на душу населения, доля в ВВП). Во-вторых, это группа показателей, оценивающих уровень развития общества. Здесь вновь можно указывать уровни инфляции и безработицы и потребление на душу населения,

но кроме этого были собраны данные по степени разделения богатства (коэффициент Джинни и децильный коэффициент), численность населения (абсолютная, доля в общемировой), индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП), налоговое бремя (в процентах от ВВП), подоходный налог. Третья группа показателей показывает нам роль государства в формировании экономической свободы. Это средние тарифные ставки, внешнеторговая квота, доля государственных расходов в ВВП, участие в таких организациях как ВТО, ВОИС (фиктивные переменные), Отношение налоговых доходов к расходам, государственный долг (абсолютный, на душу населения, в процентах от ВВП).

В связи с тем, что отдельный индивид играет все меньшую роль в экономических процессах, необходимо формирование четвертой группы показателей, оценивающих простоту ведения бизнеса. Для этого было введено две фиктивных переменных, показывающих страны со средней простотой ведения бизнеса и высокой (на основе рейтинга из доклада «Ведение бизнеса» [1], формируемого Всемирным банком), собраны данные по средней ставке налога на бизнес [2].

В результате построения линейной модели, мы пришли к следующим выводам. Такие факторы, как доля потребления в ВВП, внешнеторговая квота, членство в ВТО и простота ведения бизнеса расширяют экономическую свободу страны, причем доля в потреблении способствует этому в большей степени. Это соответствует и начальным гипотезам, и реальности: действительно, современные «потребляющие» страны являются наиболее экономически свободными. С другой стороны, рост таких факторов, как подоходный налог, безработица, инфляция, расходы государства наоборот снижает степень свободы экономики. Интересно отметить, что максимальное влияние в соответствии с полученной регрессией оказывает инфляция. Действительно, процесс инфляции означает снижение покупательной способности денег, то есть экономические агенты могут совершать меньшее количество экономических действий, следовательно, экономическая свобода снижается.

Далее были рассмотрены нелинейные варианты. Мы предполагали, что в результате улучшения спецификации модели, мы вполне вероятно сможем получить модель, соответствующую реальной экономической теории и способную предсказать, какой политики будет придерживаться государство – экономическая свобода или протекционизм – в той или иной экономической ситуации.

В целом достаточно глубоко была проанализирована возможная математическая зависимость экономической свободы от реальных показателей. Приведем основные выводы из проделанной работы:

1. Факторы – доля потребления в ВВП, внешнеторговая квота, членство в ВТО и простота ведения бизнеса, расширяют экономическую свободу страны;

2. «Потребляющие» страны являются наиболее экономически свободными;

3. Рост таких факторов, как подоходный налог, безработица, инфляция, расходы государства наоборот снижает степень свободы экономики;

4. Стоит больше доверять результатам нелинейной модели, так как в ней ниже стандартные ошибки;

5. Логарифмическая зависимость доли потребления показывает затухающий рост экономической свободы при возрастании доли потребления в ВВП;

6. Для северных стран доля потребления в ВВП наиболее интенсивно влияет на экономическую свободу;

7. Развивающиеся страны для повышения степени экономической свободы своей страны (или наоборот понижения) могут эффективно использовать рычаги влияния на частный бизнес.

Список литературы

1. The Doing Business. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.doingbusiness.org/rankings>.

2. 2013 Index Economic Freedom. [Электронный ресурс.] Режим доступа: <http://www.heritage.org/index/explore> – 2012 год.

*Е. Е. Туманова, П. А. Амбарова*

## МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ НА РЫНКЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Рынок общественного питания предоставляет услуги населению и достаточно чувствителен к переменам в экономике, моде, вкусах потребителей. Потребности общества постоянно меняются, соответственно, требования к заведениям общепита тоже. Теперь, помимо удовлетворении базовой человеческой потребности в еде, потребители нуждаются в качественном досуге – проведении времени весело, интересно и познавательно. Именно с этим связано появление на рынке достаточно большого количества заведений, ориентированных на разные вкусы и «кошельки», ресторанов и кафе национальной кухни, музыкальных и спортивных баров. Заведения отвечают не только вкусовому разнообразию, но и отличиям в стиле и образе жизни людей. Стремление хорошо отдохнуть требует немалых затрат от потребителя и, соответственно, приносить немалый доход бизнесменам, работающим в данной сфере.

В то же время сложившаяся благоприятная ситуация вызывает достаточно жесткую конкуренцию среди рестораторов и заставляет их для получения максимальной прибыли применять законы маркетинга, особые принципы ресторанного маркетинга и маркетинговых технологий. Маркетинговые технологии существуют для увеличения доли рынка. От эффек-